

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Batasan Masalah	14
D. Tujuan Penelitian	15
E. Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
A. Landasan Teori.....	17
B. Penelitian Sebelumnya.....	39
BAB III METODE PENELITIAN DAN ANALISIS.....	45
A. Metode Penelitian	45
B. Metode Analisis	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
A. Hasil Penelitian	52
B. Pembahasan.....	57

BAB V PENUTUP.....	121
A. Kesimpulan	121
B. Saran	123
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Toko Roti Sari Utama 1 Tahun Terakhir	10
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	42
Tabel 4.1 Customer Insight.....	59
Tabel 4.2 Analisis SWOT Toko Roti Sari Utama.....	70
Tabel 4.3 Matriks SWOT Toko Roti Sari Utama	75
Tabel 4.4 Penyusunan Matriks IFAS	79
Tabel 4.5 Penyusunan Matriks EFAS	80
Tabel 4.6 Penjadwalan Konten Promosi Media Sosial	99
Tabel 4.7 Evaluasi Pencapaian Objectives Media Sosial	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tren Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia 2025.....	2
Gambar 1.2 Platform Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia Tahun 2025	3
Gambar 1.3 Jumlah UMKM yang Masuk ke Ekosistem Digital di Indonesia.....	5
Gambar 2.1 Piramida Brand Awareness	23
Gambar 2.2 SOSTAC	25
Gambar 2.3 Matrik SWOT.....	29
Gambar 2.4 Kuadran Analisis SWOT.....	30
Gambar 3.1 Dasar Kerangka Berpikir.....	49
Gambar 4.1 Logo Toko Roti Sari Utama	54
Gambar 4.2 Daftar Menu Toko Roti Sari Utama.....	56
Gambar 4.3 Analisis Matriks BCG	60
Gambar 4.4 Profil Instagram Alif's Bakery	62
Gambar 4.5 Profil Instagram Kemangi Cake & Bakery	63
Gambar 4.6 Diagram Kartesius Analisis SWOT	83
Gambar 4.7 Pembuatan Konten Sejarah dan Profil Usaha	93
Gambar 4.8 Pembuatan Konten Proses Pembuatan Roti	94
Gambar 4.9 Pembuatan Konten Varian Rasa Roti.....	95
Gambar 4.10 Pembuatan Konten Harga Produk Varian Roti	95
Gambar 4.11 Pembuatan Logo Toko Roti Sari.....	96
Gambar 4.12 Proses Interaksi Membalas Komentar Konsumen	97
Gambar 4.13 Penempelan Logo pada Kemasan	98
Gambar 4.14 Media Sosial Toko Sari Utama (Whatsapp Business, Facebook, Instagram dan Tiktok).....	98
Gambar 4.15 Evaluasi Media Sosial Whatsapp Business.....	101
Gambar 4.16 Evaluasi Media Sosial Facebook.....	102
Gambar 4.17 Evaluasi Media Sosial Instagram	103
Gambar 4.18 Evaluasi Media Sosial TikTok	105

Gambar 4.19 Analisis Konten di Whatsapp Business.....	107
Gambar 4.20 Analisis Konten di Facebook	109
Gambar 4.21 Analisis Konten di Instagram.....	111
Gambar 4.22 Analisis Konten di TikTok.....	113
Gambar 4.23 Perubahan Kemasan Produk Roti Sari Utama.....	119



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing 1
- Lampiran 2. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing 2
- Lampiran 3. Hasil Wawancara Owner/Pemilik Toko Roti Sari Utama
- Lampiran 4. Hasil Wawancara Konsumen di Toko Roti Sari Utama
- Lampiran 5. Hasil Wawancara Calon Konsumen di Toko Roti Sari Utama
- Lampiran 6. Hasil Wawancara Kompetitor Toko Roti Sari Utama
- Lampiran 7. Kompetitor Toko Roti Sari Utama
- Lampiran 8. Data Viewer Konten Instagram Pesaing “Alif’s Bakery”
- Lampiran 9. Bukti Pemesanan melalui Chat Whatsapp Business
- Lampiran 10. Bukti Pemesanan melalui *Direct Message* Instagram
- Lampiran 11. Bukti Pemesanan melalui *Direct Message* TikTok
- Lampiran 12. Bukti Bergabung pada Komunitas/Grup Jual Beli Lokal Purwokerto di Platform Facebook
- Lampiran 13. Interaksi Komentar di Media Sosial
- Lampiran 14. Dokumentasi Toko Roti Sari Utama
- Lampiran 15. Dokumentasi Proses Wawancara dengan Narasumber